

REPRESENTACIONES TÓPICAS DE TECNOLOGÍA Y JUVENTUD: IMPLEMENTACIÓN Y GOBIERNO DE LA IDENTIDAD DIGITAL

Ángel J. Gordo López, Ignacio Megías Quirós, Pilar Parra Contreras y Albert García Arnau^{1 2}

Facultad de Ciencias Políticas y Sociología
Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

Muchos son los mitos y prejuicios en torno a nociones de juventud y las tecnologías de la información. Algunas personas están preocupadas por las horas que pasan los más jóvenes frente al ordenador, lo que puede significar que mantengan una buena parte de sus relaciones afectivas y personales de manera virtual. Otras dan por hecho que los/as niños/as y jóvenes tienen habilidades innatas para el uso de estas tecnologías, obviando las brechas que se están produciendo. La atribución de conocimientos y predisposiciones innatas de los más jóvenes hacia las tecnologías de la información es fundamentalmente un mito construido históricamente al amparo de las lógicas finalistas y gerenciales del mercado liberal. ¿Qué hacer frente a estos mitos, los intereses que los sustentan y los riesgos que conllevan? Este capítulo plantea un enfoque que combina una comprensión sociocultural con análisis de las condiciones materiales que atraviesan en la actualidad nociones de infancia y juventud, sirviéndonos para ello de un estudio de caso: las comunicaciones vía messenger. El texto concluye identificando “tipos ideales” de los jóvenes en relación con las tecnologías de la información a partir de nuestra reciente investigación *Cultura Messenger: Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*.

INTRODUCCIÓN

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) aparecen a menudo al frente de discursos que les atribuyen el protagonismo de grandes cambios y transformaciones. Tanta es la importancia concedida a estas tecnologías que se llega incluso a afirmar que hemos entrado en un nuevo periodo: la era de la “sociedad de la información” y, últimamente, la “sociedad interactiva”. El discurso dominante en torno a las TIC afirma, en efecto, que la presencia de éstas en cualquier actividad humana es imparable y que su utilización está provocando un cambio hacia la mejora del conjunto de la sociedad y, en consecuencia, de la calidad de vida de los ciudadanos.

Asimismo, el entramado socioeconómico en el que aparecen las tecnologías digitales del momento, tiende a naturalizar y homogeneizar las relaciones de los jóvenes y las tecnologías, en el sentido de reconocer y atribuirles una sabiduría natural para

¹ Pilar Parra Contreras, Albert García Arnau y Ángel J. Gordo López pertenecen a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid y miembros de Cibernomosaguas: Grupo de Investigación de la Cibercultura y los Movimientos Sociales. Ignacio Megías Quirós es colaborador asiduo en proyectos de investigación de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD) y del Instituto de la Juventud del Estado Español (INJUVE). Dirección de contacto ajgordol@cps.ucm.es

² Una primera versión de este texto fue publicada en la revista *Educación*, 30, pp. 32-45, diciembre del 2006 y presentada como ponencia en el III Congreso On-line de la Cibernosociedad *Conocimiento Abierto, Sociedad Libre* (20-11-2006 al 3-12-2006).

alfabetizarse en los nuevos medios, obviando las diferencias materiales y culturales que median estas relaciones, y de este modo, velar las nuevas asimetrías y estratificaciones sociales resultantes.

Afrontar estas cuestiones suponía plantearse un problema sociológico más que técnico, y adoptar enfoques que combinaran una comprensión sociocultural de lo tecnológico con el análisis de las condiciones materiales que atraviesan en la actualidad nociones de infancia y juventud. Por ello, en la investigación en la que se basa este artículo (Gordo López y Megías, 2006), nuestro objetivo era identificar los tipos ideales de relaciones, actitudes y vivencias de los jóvenes en relación con las nuevas tecnologías, atendiendo a las variables básicas de edad y clase social, como variables estructurales, y las variables tipo y frecuencia de uso de las TIC en relación a dimensiones de ocio y trabajo. Y ello, a partir del estudio de las explicaciones individuales o en grupos de discusión de estos mismos jóvenes, sin por ello dejar de situar la comprensión de las mismas en el marco que aportan los informes especializados basados en estadísticas sociales y tendencias de mercado.

MITOS E INTERESES EN TORNO A LOS JÓVENES Y LA TECNOLOGÍA

A lo largo de la historia moderna de occidente la relación entre los avances tecnológicos y las representaciones hegemónicas de infancia y juventud ha pasado a ser tan “natural” como el aire que respiramos. Dar cuenta de esta relación en la actualidad supone, inevitablemente, reconocer una serie de contradicciones en un escenario que no duda en identificar a los jóvenes como los principales impulsores de la sociedad de la información al tiempo que limita su acceso a derechos básicos (trabajo estable, vivienda digna). Nuestro propósito es indagar en las fuerzas y tensiones que forjan estas relaciones. Para ello consideramos, en primer lugar, las representaciones más generalizadas del binomio juventud-tecnología en la sociedad occidental desde la aparición de la televisión hasta el momento actual.

En el escenario de una progresiva tecnificación y racionalización de la sociedad occidental industrial, las nociones abstractas y homogéneas de infancia han permitido representar la cara humana (infantil, inocente...) de la tecnología. Una representación que a su vez contrarrestaba las asociaciones existentes entre los avances tecnológicos, el miedo, la fatiga y la explotación propios de las organizaciones y las estructuras de producción de épocas anteriores.

Las primeras apariciones en público del ordenador se produjeron en programas de televisión, en viñetas cómicas de periódicos y en historias de ciencia ficción, permitiendo que el ordenador pasara a formar parte de gran parte de los hogares de la sociedad industrial desde la segunda mitad del siglo XX (Huhtamo, 1999). En estos primeros momentos de socialización de las nuevas tecnologías digitales imágenes de niños/as ponían la cara humana, el lugar de encuentro y vehículo socializador con el *alien* tecnológico, quien a su vez muestra rasgos infantiles pero distantes (como queda claramente ilustrado en el film *ET* y algunas de sus imágenes e identificaciones entre el alien y el niño – imagen 1).³ Este juego de diferencias y similitudes gana en intensidad según nos aproximamos a las lógicas tecnológicas actuales. A continuación veremos el

³ Además de sus muchas bondades, los niños y las niñas (como las tecnologías) también han sido representados como inhumanos, peligrosos; en fin, pequeños “monstruos” (Gordo López y Burman, 2004).

modo en que distintas representaciones homogéneas y abstractas de infancia-juventud conceden carta de naturaleza a prescripciones morales, sociales y económicas.

Imagen 1: Fotograma del film *ET*. S. Spielberg



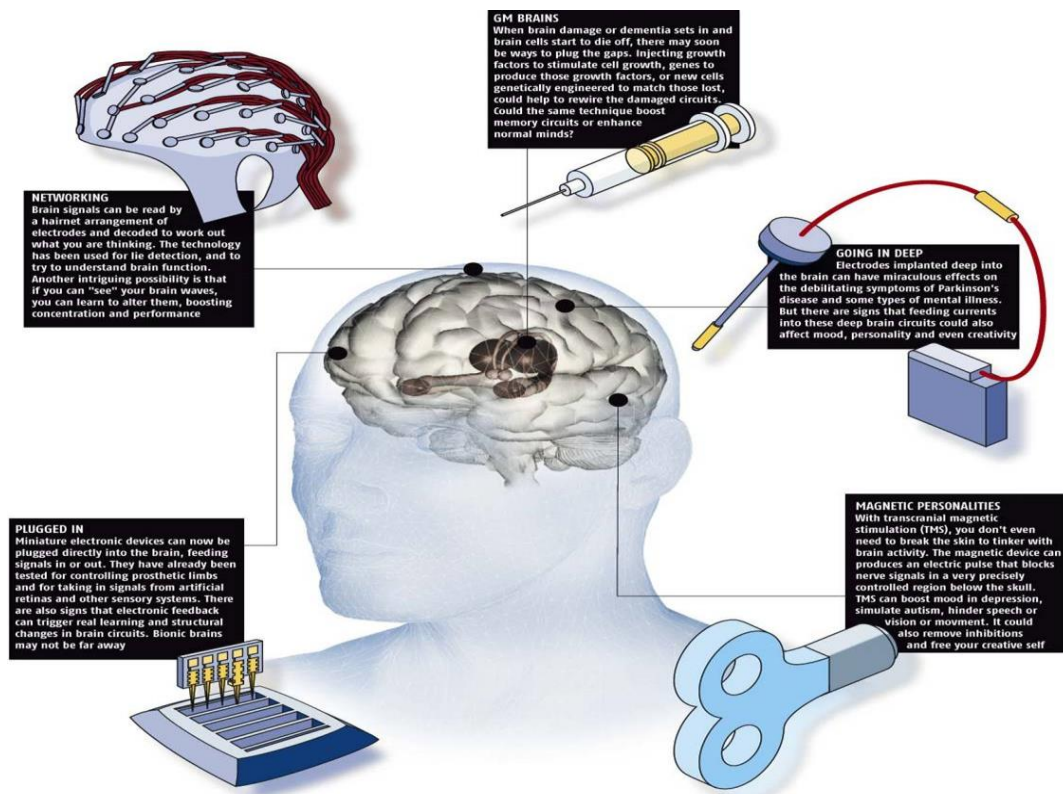
En la literatura especializada que surge desde mediados del siglo XX aparecen dos posturas bien diferenciadas: aquellas que proponen que los medios, en especial la televisión y las nuevas tecnologías de la información, han supuesto una erosión de los límites entre la infancia y la edad adulta, y aquellas otras que ven en las nuevas tecnologías un recurso de liberación para los adolescentes y los jóvenes.

La primera postura representa a los jóvenes con una predisposición casi natural hacia determinados medios de comunicación audiovisuales (televisión, multimedia) a diferencia de los medios en formato impreso. Estas explicaciones atribuyen a los medios de comunicación un poder e influencia singular para explotar la vulnerabilidad, dismantlar la individualidad y destruir la inocencia de los más jóvenes. Defienden la idea de que el medio escrito fomenta la abstracción y el pensamiento lógico. Por el contrario, la televisión y, por extensión, gran parte de los audiovisuales y multimedia posteriores, no requieren de habilidades especiales para interpretarlos, de destrezas a adquirir, lo que supone a su vez una pérdida del control de los adultos sobre el ambiente simbólico del joven así como una desviación en el tránsito a la edad adulta. Por todo ello podemos decir que este primer grupo de representaciones ofrece un escaso margen para la intervención y el cambio, reafirma una moralidad tradicional y sitúa a las personas adultas a cargo de los niños y las niñas en la obligación de ejercer un mayor control y protección sobre ellos, y a los más jóvenes en el papel de víctimas pasivas objeto de control y manipulación.

Desde comienzos de los años noventa las posturas más optimistas o “integradas” ensalzan las visiones ya existentes que reconocen una sabiduría natural de los jóvenes para alfabetizarse en los nuevos medios. Estas visiones también consideran las nuevas tecnologías como un medio para encauzar y expresar la espontaneidad, la imaginación y la rebeldía juvenil. Buckingham (2000) alude a esta postura como la retórica de la nueva generación, generación red o *pantalleros*. Desde este otro lado del debate, la televisión se considera un medio pasivo; la televisión atonta a los usuarios, mientras que la red

fomenta su inteligencia; la televisión transmite una visión unilateral del mundo, la red es democrática e interactiva. La nueva generación electrónica tiene hambre de expresión, de descubrimiento y autorrealización. En definitiva, como afirma Tapscott (1998: 3), los *pantalleros* “son entendidos, resueltos, analíticos, creativos, inquisitivos, aceptan la diversidad, socialmente conscientes y, entre un sinnúmero de atributos, viven de cara a lo global” (citado en Buckingham, 2000: 47)

Imagen 2. Tecnogénesis



Semejante perfil cognitivo y conductual ha sido cuidadosamente observado desde hace tiempo por las ciencias psicológicas y de la educación, como indica el hecho que la prestigiosa revista estadounidense *New Directions for Child and Adolescent Development* (Nuevas direcciones del desarrollo de los niños y adolescentes) dedique un número especial a estas temáticas bajo el título “Human Technogenesis: Cultural Pathways Through the Information Age” (Tecnogénesis Humana: trayectorias culturales a través de la era de la información) (2004, número 105). Esta línea de trabajo define “tecnogénesis” como “el proceso mediante el cual los humanos construyen, manipulan e interactúan con las tecnologías de la información, dando lugar a un proceso de desarrollo interactivo que de manera continuada condiciona nuestras representaciones y experiencias del mundo” (Sharman, 2004: 1718). La interacción con las tecnologías de la información –según estas posturas- conduce a la adquisición de nuevas funciones y estructuras mentales y a una transformación del trabajo, que pondrá fin al esfuerzo

físico e impondrá formas más democráticas y responsables al tiempo que ensalzará el sentido de comunidad en el ámbito de la cultura corporativa.

Este tipo de estudios consideran que la tecnogénesis condiciona el desarrollo evolutivo (ontogénesis), originando de este modo comportamientos adaptativos (el de los *pantalleros*, por ejemplo) en el marco del nuevo escenario de la evolución (el ciberespacio) y nueva economía y capitales (trabajo inmaterial, capital emocional, capital tecnosocial...).

Estas posturas más optimistas o “integradas”, al igual que las visiones apocalípticas, movilizan nociones homogéneas y abstractas de infancia/juventud en su relación con la tecnología. En efecto, conectan la mitología sobre la infancia con una mitología paralela acerca de la tecnología. Los jóvenes se representan en posesión de un talento natural, de una creatividad espontánea, que es en cierta forma revelada a través del ordenador. Bien sea a través del televisor o del ordenador, la tecnología se presenta como agente transformador de los jóvenes, de sus estructuras mentales y rasgos psicológicos, de sus estilos de conocimiento y aprendizaje. Tanto los “apocalípticos” como los “integrados” recrean un determinismo tecnológico: la tecnología es la causante de todas las pérdidas (defunción de la infancia) y beneficios (liberación de la generación electrónica), independientemente de los entornos socioeconómicos, las diferencias de clase, capital cultural, tecnológica y e-mocional...

A nuestro entender la relación entre los más jóvenes y las tecnologías no puede abordarse en su debida complejidad a través de determinismos sociales o tecnológicos, o a partir de modelos homogéneos de desarrollo, en la medida que los cambios no se producen de una manera lineal ni ordenada, ni tienen el mismo efecto en los distintos grupos sociales. De lo contrario, corremos el riesgo de reproducir una visión interesada en resaltar las bondades de la sociedad de la información, y en el etiquetado y regulación de sus buenos y malos usos, al igual que fomentar distintas categorías de participación e inmersión en red.

TENDENCIAS GENERALES DE LAS TIC: EL FENÓMENO MESSENGER

La penetración constante de las TIC en España conforman un nuevo escenario, que puede ser extensible a otros contextos, de progresiva transición al formato digital, en especial en ámbitos tan relevantes como el ocio y la comunicación, en los que se detectan las siguientes tendencias (Fundación IDATE: 2005):

- Crecientes niveles de convergencia e interoperabilidad (aparatos con los que podrás conectarte a Internet, hablar por videoconferencia, escuchar música, ver películas...), entre tecnologías y soportes comunicacionales, con una progresiva adaptación de los contenidos en favor de mayores niveles de interactividad tecnológica y social.
- Auge masivo de la mensajería instantánea y desarrollo de las bitácoras (*blogs*), indicativo de una tendencia a la interacción directa, personalización (e individualización) de contenidos (comunicaciones).

En este contexto uno de los medios que protagonizan la comunicación en Internet (en este caso, entre los jóvenes) es el Messenger, situándose a la cabeza de los canales a través de los cuales se relacionan y establecen contacto, de tal forma que ha aterrizado en el centro de los hogares y centros educativos con una creciente presencia en el ocio,

la sociabilidad y la gestión de la identidad social de los jóvenes, encontrando a su vez correspondencias con formas emergentes de trabajo y productividad.

Del chat a la cultura messenger

¿A qué obedece el éxito de los programas de mensajería instantánea? ¿En qué medida el interés que manifiestan ahora empresas y administración por la mensajería instantánea genera estrategias concretas destinadas a reducir las diferencias entre usos informales y usos comerciales/administrativos de Internet? El análisis de las principales herramientas de comunicación, sus relaciones y usos entre los jóvenes, que presentamos a continuación, puede arrojar cierta luz sobre estos interrogantes.

Los *chats*/IRC ofrecen la posibilidad de interactuar con otros usuarios conectados a salas virtuales, bien sea de manera abierta y visible (en el foro general) o bien a través de mensajes privados. La popularidad de los *chats* a lo largo de la década de los noventa es actualmente compartida con los programas de mensajería instantánea. Estos programas combinan las lógicas de los *chats* (que permiten la comunicación instantánea entre grupos de personas, de manera abierta) con las del correo electrónico (mensajes privados y no instantáneos). También permiten crear una lista de contactos (o agregados), saber si están conectados, además de poder entablar conversaciones simultáneas, enviar mensajes instantáneos, intercambiar archivos de texto o imágenes, ir a un *chat*, compartir aplicaciones, iniciar una conversación de vídeo u otras opciones, como aparece en el cuadro de diálogo “deseo” en la parte inferior izquierda en la imagen 3.

Imagen 3: Acciones posibles en el Windows Messenger, versión 4.7



La mensajería instantánea es un programa de fácil manejo que ofrece una gran variedad de servicios disponibles en Internet (intercambio de ficheros, conexiones de voz y vídeo, navegación, compartir archivos, envío de SMS, telefonía por Internet) (Jiménez y Vela, 2005). También ha hecho posible que las comunicaciones con personas desconocidas,

como las que proporcionan los *chats*, queden relegadas a un segundo plano. Así pues, las relaciones que se establecen actualmente entre los *chats* y la mensajería instantánea, como las dos herramientas conversacionales más utilizadas, quedan fijadas de la siguiente forma:

- Los *chats* representarían la idea de “espacios virtuales públicos” (como una discoteca o sociedad anónima) mientras que la mensajería individualizaría las comunicaciones establecidas (fiesta privada o sociedad limitada).
- En las salas de *chats* se conoce gente cuya relación es posteriormente reforzada o desarrollada a través de la mensajería instantánea. Cuando el grado de intimidad de un *chat* es suficiente, es posible pasar al segundo nivel de confianza que proporcionaría el Messenger. Por su parte, la mensajería instantánea permite profundizar en relaciones iniciadas fuera del mundo digital.

Las ocasiones que brinda la mensajería instantánea no se agotan en el uso que los jóvenes hacen en sus pautas de ocio y de relación. Al integrar y ordenar en una única plataforma la variedad de herramientas comunicacionales disponibles, la configuración técnica del Messenger también amplía su campo de acción al mundo laboral y a la administración. Encontramos así que una pauta común de las empresas del sector servicios es proporcionar a todos sus empleados una cuenta de Messenger para asegurar la comunicación en red de sus empleados al tiempo que proyecta a los clientes conectados al Messenger una imagen de continua disponibilidad, pasando así a ser cliente “agregado” de la empresa (imagen 4).

Imagen 4: Opciones de conexión y disponibilidad del MSN Messenger, versión 4.7



Las categorías de agregados que el programa ofrece por defecto —“compañeros de trabajo”, “otros”— indican cómo algunas de estas oportunidades comerciales son consideradas en el diseño y *marketing* del programa (véase imagen 3).

Redes de oportunidades y gestión del yo

Las prácticas sociales relativas a la manera en que los jóvenes establecen su relación con sistemas como el Messenger y los *chats*, y en general las TIC, permite adentrarse en toda una serie de mitos de la sociedad tecnológica y en los discursos en los que estos mitos encuentran algunos de sus cimientos o supuestos centrales en el momento actual.

Una de estas formulaciones discursivas gira en torno a la rapidez de obtener información y la posibilidad de gestionar adecuadamente las relaciones sociales, los grupos de pertenencia y adscripción, así como administrar o “consumir” el tiempo de la mejor manera posible (en el ocio, en el trabajo). Internet, los teléfonos móviles, representan de esta forma la constante posibilidad de estar “conectado”, relacionado, sabiendo al instante y de manera constante qué está pasando, y dónde. Fantasía, por tanto, de un acceso constante y unos recursos infinitos al alcance permanente de la mano, alimentada además por la sensación de que, precisamente en la sociedad de la información, los grandes medios de comunicación manipulan y sirven a los intereses de los grupos empresariales que los sustentan.

Esa visión de Internet como medio de comunicación, expresión e información con un alto componente de autonomía, de igual forma que ocurre con los móviles (*hablo cuando quiero, con quien quiero, donde quiero... siempre que tenga saldo y cobertura*), construye una imagen de Internet como “lugar” en el que está todo, y para todos (los que accedan a él), por lo que será un lugar en el que *hay que estar*. Más aún por cuanto el análisis de su importancia y de sus capacidades se realiza desde el seno de una sociedad que observa el conocimiento y las aplicaciones tecnológicas no ya como el futuro, sino como el mismo presente.

Esta visión relativa a la democratización de los canales de información y comunicación da por supuesto que toda aquella persona que tenga un ordenador y una conexión adecuada puede acceder al mismo tipo de información, por lo que la posibilidad de que se generen pautas de distinción cultural queda convenientemente matizada o redefinida.

No todos los jóvenes comparten esta visión tan democrática de las nuevas tecnologías; tampoco aceptan el hecho de que por ser adolescente/joven se tiene unas habilidades casi innatas en el uso y conocimiento de las nuevas tecnologías.

En contra de la idea de la naturalización de la relación joven-tecnología, casi como si esta fuera algo consustancial a su naturaleza, lo cierto es que los propios interesados afirman restringir su uso a aplicaciones que sólo pretenden aprovechar la posibilidad de relacionarse de otra manera con sus amigos y conocidos, o de obtener alternativas de ocio de forma fácil y económica. Más allá de tales usos, las aplicaciones académicas o escolares parecen reducirse a la ayuda que Internet brinda a la hora de realizar trabajos o “deberes”, en un ejercicio (muchas veces de “corta y pega”) que desde los docentes, pero también desde bastantes jóvenes, se interpreta como, cuando menos, discutible en lo que se refiere a su validez o adecuación formativa.

Nos encontramos, por tanto, ante una serie de realidades y contradicciones que dibujan un perfil de adolescentes expertos en sacar el máximo provecho a las TIC a la hora de configurar su tiempo de ocio y de relaciones (según reconocen los propios jóvenes), al tiempo que aún parecen lejos de adentrarse en terrenos informáticos con aplicaciones de otro tipo, más centradas en la programación o en la formación.

En este sentido muchos expertos y educadores cuestionan también el mito de la juventud tecnologizada, cuanto menos en términos de una realidad generalizable, y se muestran desorientados con la manera en que se suele incluir la formación de las nuevas tecnologías en los planes de estudios de colegios e institutos: no hay demasiados huecos para insertar contenidos, en ocasiones se intenta enseñar cosas de un nivel demasiado básico para la media, y en muchos casos (clases medias y altas) el equipamiento que tienen los alumnos en casa supera al que tienen en la escuela, motivo por el cual pierden interés (*va muy lento, faltan programas...*). O al contrario: jóvenes de clases bajas que no pueden aplicar en casa (por carecer de PC, o de conexión a Internet) los conocimientos impartidos en los centros educativos. Se crean, por tanto, procesos por los que se desarrollan “curricula” no oficiales, frente a los oficiales, algo que incide en determinadas brechas sociales, reforzadas además por las diferencias de clase y género.

La “confusión” manifiesta de docentes acerca del uso social de las TIC en el aula, la situación de “descoloque” de los padres ante un mundo tecnológico que observan desde el otro lado de la asumida brecha generacional, y la de unos gobiernos estatales y autonómicos incapaces de hacerse con las riendas del desarrollo y la educación en la sociedad de la información, abonan el terreno para que las multinacionales tomen las riendas del cuidado y formación de los más jóvenes.

Los usos y el deber ser de las relaciones tecnosociales

La relación entre los adolescentes y las TIC se circunscribe al tiempo de ocio, según ellos mismos reconocen. Ordenadores e Internet, por tanto, como una opción más de ocio y entretenimiento, a la altura de la televisión y la lectura (por poner dos ejemplos de ocio “casero” que los propios entrevistados suelen emplear como referencia), pero quizás con un mayor componente de “adecuación” a la “modernidad” o al desarrollo tecnológico, que sitúa a dicha opción en un papel claramente diferenciado en lo que respecta a su simbolismo generacional.

Esta asociación del espacio Internet (sobre todo en lo que se refiere al Messenger), como espacio de ocio y relaciones, resulta perfectamente compatible a su vez con la aceptación de que es en la calle, en los bares, con los amigos, de noche, donde un joven adolescente ha de desarrollar sus principales estrategias relacionales. Por ello, ocupar tales momentos (fines de semana por la noche) frente al ordenador, parece situación restringida a quienes tienen problemas para entablar tales relaciones, o a los denominados *freaks*, o asociales, pues carecen de otras habilidades sociales, o bien han tomado partido por una forma de relacionarse que voluntariamente se sitúa al margen de los canales habituales, a partir de los cuales se construye la realidad “física”. Todo lo que no responda a esos “malos usos”, será aceptado como una manera natural, adecuada, de ocupar el tiempo libre, entre semana o en las mañanas o tardes de los fines de semana. Entonces no importan tanto las horas que se pasen delante del ordenador.

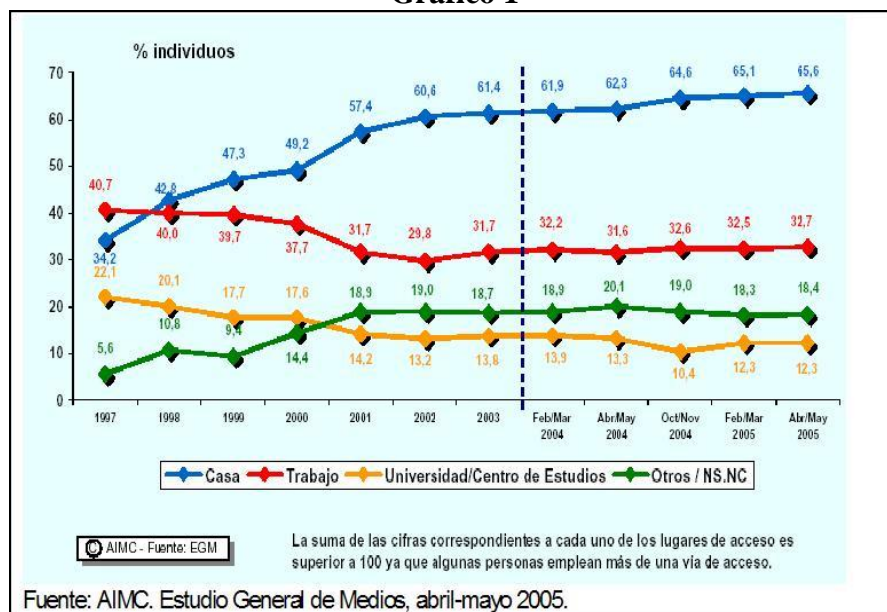
Por otro lado, y de manera significativa, asistimos también a procesos por los que los tiempos de ocio y trabajo se entremezclan, o se redefinen en base, precisamente, a la manera en que la tecnología contribuye a configurarlos. Así, atendiendo en este caso a la situación de jóvenes de mayor edad, será común que en los lugares de trabajo los jóvenes tengan correo electrónico o Messenger, con el que poder establecer redes internas con el resto de trabajadores, pero con el que también poder mantener permanente contacto con amigos y conocidos del exterior, regulando de manera autónoma e independiente sus propios momentos de desconexión o descanso para

hablar o entretenerse con esas personas externas al trabajo. En función de esta idea de ocio que participa del tiempo de trabajo para hacerlo más llevadero, escuchamos voces en los grupos de discusión que, partiendo de los argumentos más integrados en los procesos tecnológicos que suelen corresponder a los jóvenes profesionales de clases medias y ascendentes, parecen negarse a trabajar si no cuentan con esa posibilidad de conectarse al Messenger. Y en el lado contrario de tal proceso por el que se entremezclan los tiempos, tendremos el claro ejemplo de cómo el teléfono móvil ha propiciado que el trabajo ocupe en ocasiones el tiempo libre o de ocio, gracias a la posibilidad que tendrán las empresas de tener siempre localizados a sus trabajadores, aunque se encuentren fuera del teórico espacio y horario laboral.

Otro aspecto relevante es el hecho de que los adolescentes de clases medias y altas, principalmente, construyen todo un microcosmos con su habitación como epicentro. Lugar, dentro del hogar familiar, en el que cuentan con la equipación suficiente como para no necesitar mayores recursos de entretenimiento y comunicación que no impliquen salir fuera de casa para relacionarse físicamente. Es decir, teniendo a mano (en sus propias habitaciones) el PC con Internet (en el que también pueden ver películas, jugar a videojuegos o escuchar música), teléfono móvil, equipo de música, incluso televisión y DVD, acumulan, en el reducido espacio físico de sus “cuartos”, sus necesidades de ocio y relación.

Pese a la visión generalizada de que hoy en día resulta esencial desenvolverse de manera adecuada con los ordenadores, empezando desde los centros educativos para desembocar en los entornos laborales, las opiniones de los más jóvenes es que utilizan fundamentalmente el ordenador desde sus casas, en sus habitaciones. “En el instituto tengo un aula de informática, sí: pero mi auténtica relación con el PC la tengo en casa, en mi tiempo de ocio, y es para ese ocio doméstico para el que necesito el ordenador e Internet”. Esta tendencia al incremento del acceso desde el hogar se corresponde con las tendencias de los internautas españoles, y con las del resto de los países de economía de mercado, como muestra el siguiente gráfico de un estudio reciente de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC, abril-mayo, 2005).

Gráfico 1



El aumento progresivo de un uso personalizado, y desde casa, es un proceso que hace compatible la personalización del uso de las TIC y el retorno de la familia “integrada” como base de los valores de corte liberal.

La importancia del messenger como espacio gerencial y finalista: “por si acaso”

Entre las ventajas o cualidades del Messenger que destacan los jóvenes, encontramos en primer lugar, las que tienen que ver con la comodidad y la supresión de las distancias, pues te permite mantener conversaciones regulares con personas muy lejanas. Frente al coste que puede suponer hablar por teléfono, Internet propicia mayor frecuencia de contactos y conversaciones “sin límite” ni restricciones, por lo que el tiempo pasa a tener una medida relativa y ampliamente flexible. Sin embargo, pese a que el Messenger permite esa aparente cercanía y presencia, ese “estar” a partir del cual puede surgir la “confianza” que generan las relaciones, conviene destacar que su uso principal no parece estar restringido, ni siquiera centrado, en las personas más íntimas, con las que se tiene más relación “en la calle” (*más amistad, más confianza, más intimidad física*), sino en otras personas, con las que se entablan relaciones distintas, que probablemente en la calle, en el cara a cara, no serían tal cual son.

Además de tener la capacidad de propiciar una relación “cercana” con gente que físicamente está “lejana”, el Messenger permite establecer una comunicación a la carta, en el sentido de que la propia persona la configurará a su medida, y en función de sus intereses y predisposiciones puntuales. Esta capacidad queda resumida en una de las posibilidades que ofrece el Messenger, y que destacan sus usuarios como una de sus mayores ventajas: la capacidad para, dentro de tu lista de contactos (nadie a quien no hayas admitido previamente, o a quien no hayas dado tú mismo tu dirección, podrá comunicarse contigo), poder aceptar o no la posibilidad de mantener una conversación en cada momento. En primer lugar, sólo agregarás a quien tú quieras, y nadie “indeseado” podrá contactar contigo. En segundo lugar, que incluso dentro de tus agregados podrás decidir, en cada instante, si quieres “aceptar” su invitación a conversar, o incluso si quieres “eliminar” a un contacto por el que ya has perdido tu interés. Gráficamente, la imagen sería la de gente que, teniendo tu dirección (y *tú sólo das tu dirección a quien consideras que, quizás en alguna ocasión, te puede apetecer que te haga una visita*), llama a tu puerta; entonces tú observas por la mirilla de la puerta y decides si abres o no. Todas estas posibilidades aglutinan el concepto de estar “a la espera” (al *acecho...* de oportunidades en red), frente al “ir a buscar” que supone entrar en un *chat*: teniendo el Messenger abierto incluso puedo “mostrarme” ante el resto de usuarios “ausente”, al tiempo que voy viendo cuáles de mis contactos se conectan.

Lo interesante de esta capacidad del Messenger, y del hecho de que sea una de las cosas que más destacan y agradecen sus usuarios, es que ensalza tener la posibilidad de relacionarse, de mantener contactos, sin que ello implique que quieras hacerlo en todo momento, o incluso en gran parte de los momentos. Y por ello se valora especialmente (más entre los más jóvenes, pues los mayores defienden un progresivo proceso de criba o especialización de los contactos) disponer de una lista de agregados lo más amplia posible, pues ello propicia mayores posibilidades de entablar contactos, se hagan efectivos o no. Lo importante es tener la oportunidad, o no perder oportunidades “por si acaso”, pues es la expectativa de lo inesperado la que protagoniza el horizonte de relaciones y diversión en torno al que se configura el Messenger, (*nunca se sabe a quién*

podré conocer, o si me puede salir una oportunidad de trabajo, o si puedo tener una experiencia verdaderamente divertida...). Así, lo importante es la expectativa de posibles “resultados”, lo cual confiere especial importancia al hecho de acumular lo que podríamos denominar “capital relacional”: cuanto más gente tenga en mi lista de agregados, mayores posibilidades de que ocurra lo diferente, lo inesperado, lo divertido. Y ya tendré tiempo de ir “cribando”. Nos encontramos ante la posibilidad de decidir con quién y cuándo quieres mantener un contacto a través del Messenger, que no es otra cosa que una manera de fomentar la gestión del yo: *creo mis redes sociales en función de mis prioridades o expectativas, y me sitúo en ellas y juego con ellas de la manera que más se ajusta a mis intereses.*

Esta posibilidad, sin duda importante respecto a la forma en que los jóvenes desarrollan sus procesos de socialización a través de estas herramientas conversacionales, se constituye en una de las auténticas novedades que propician las TIC, que con ello redefinen algunas claves relacionales: procesos de comunicación individualizados, personalizados, “a la carta”, compatibles con las lógicas neoliberales (Alvarez-Uría, 1998) y los procesos de individualización crecientes (Varela, 2006).

La gestión y proyección de mis otros yos

Más allá de las consideraciones sociales relativas a las relaciones físicas o reales (mediadas por los sentidos o “cara a cara”), Internet se constituye en un terreno de juego en el que “mis otros yos” digitales pueden ser vividos como absolutamente reales, por representar un lado auténticamente íntimo, por personal y blindado (nadie se puede meter en él, ni condicionarlo), que participa de ese juego de oportunidades (“por si acaso”). La observación de la manera en que se gestiona el yo en estos otros espacios propicia que debamos redefinir términos como “presencia” (que no sólo dependerá de aspectos “físicos”, y será también la que determine la identidad “virtual”), “intimidad” (propiciada por la seguridad de estar identificado con un yo blindado, independientemente del interlocutor) o “confianza” (que ya no se tendrá sólo con los íntimos, en base a la desinhibición y ausencia de timidez que propicia el “anonimato” físico) (Rendueles, 2004). Resalta a su vez la importancia de valores como la “creatividad” y la “picaresca”, fundamentales a la hora de gestionar esas identidades virtuales, y que en sí mismos se constituyen en activos de la comunicación por Internet (ya incitados por la configuración o interfaz de estos programas como hemos visto en el caso del Messenger).

Estas observaciones sobre la autogestión y la proyección del yo a través de las TIC están constantemente puestas en relación con los planteamientos referidos a las relaciones “verdaderas”, o parámetros de la “normalidad” en lo que se refiere a las interacciones entre las personas. En base a estas consideraciones, lo importante, “lo trascendente” con los conocidos ocurre en el “cara a cara”, en el contacto físico y “personal”, aunque lo íntimo, lo más nuestro, lo intocable, se desplaza paulatinamente a ser narrado y reflexionado en la interacción virtual que proporciona la cultura *messenger* con extraños, conocidos, o con aquellos “agregados” que no tiene una presencia habitual en nuestras otras vidas “reales”, o a los que no debemos ningún tipo de explicación o coherencia en el día a día.

Así, en base al planteamiento que tiene más de políticamente correcto, los usos adecuados pasarán por una progresiva criba y selección de contenidos y aplicaciones, que en ningún momento propicie la sustitución de las relaciones “verdaderas”, sino que

incluya las opciones que presentan las nuevas tecnologías en el entramado de nuevas oportunidades y nuevas opciones de ocio, trabajo y relaciones.

A partir de este punto, los planteamientos más integrados en la sociedad tecnológica resaltarán la necesidad de integrar las TIC en el día a día de unas rutinas que, cada vez más, las emplean como mediación y opción *total* (“todo el ocio y todo el trabajo en mi PC”), a partir de una hiperespecialización (“mis favoritos”) muy acorde con el discurso gerencial. Por supuesto, también existirán planteamientos más críticos que tienden a realizar un análisis en clave de añoranza, en el sentido de que tecnologías originalmente creadas para la comunicación generan, precisamente, procesos de incomunicación entre las personas. En el contexto de esta teórica diferenciación entre “lo real” y “lo virtual”, la emoción, como pasamos a ilustrar, se constituye en el elemento que da cuerpo a esa presencia digital que procuran herramientas conversacionales como el Messenger.

RITUALES DE IMPLEMENTACIÓN

Las emociones cobran formas y significados distintos a través de las comunicaciones mediadas por ordenador. Como señala Mora (2004) estas interacciones “parecen corresponder a un punto medio que no cabría explicarse a través de ninguna de las partes de la diada ficción/realidad debido no sólo a su carácter, sino también a las condiciones en las cuales tienen lugar las interacciones en el ciberespacio”. No obstante, estos límites empiezan a ceder a medida que dichas comunicaciones reproducen el orden de otras formas de interacción social, proporcionando a su vez una sensación/emoción de copresencia y corporeidad.

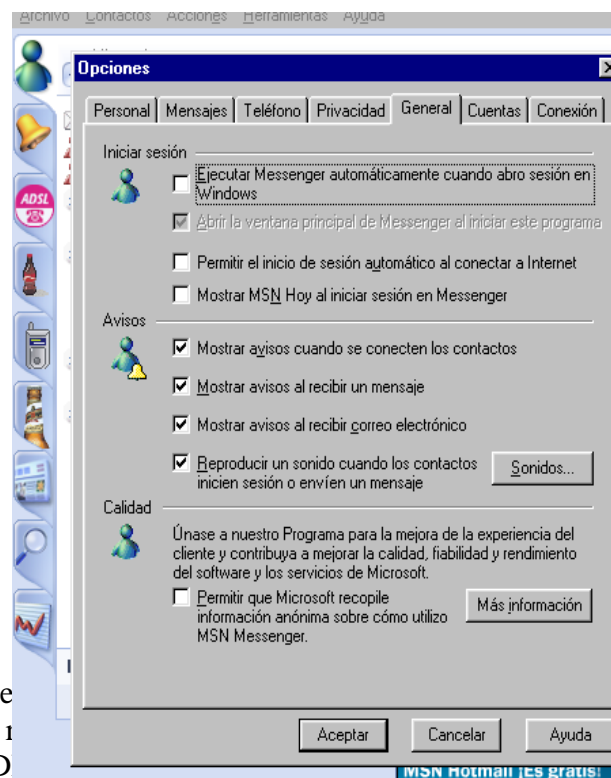
Las interacciones conversacionales en los *chats* y el *Messenger*, por ejemplo, elevan las palabras a la categoría de hechos, reforzando de este modo la primacía del sujeto que construye frente al contexto o escenario de interacción social. La rutina, la referencialidad, las relaciones sostenidas, la asociación entre apodos y direcciones de correo junto a la opción de visualizar imágenes de los interlocutores en un margen de la pantalla del *Messenger*, todo ello contribuye a la asignación de una identidad y su correspondiente fijación a una imagen cada vez más corporeiza. Como afirma Domínguez (2005: 6) estos procesos interrelacionados permiten “tener un manejo suficiente de ese cuerpo virtual, un control rutinario que le haga aparecer como un actor fiable, siendo esa sensación de control la que nos permite y obliga a hacernos cargo de nuestra actuación, a sentirnos responsables de nuestros actos y de sus consecuencias en el plano identitario”. Así pues este tipo de comunicaciones mediadas por ordenador sirve para restablecer y fijar la conexión entre el cuerpo virtual como lugar de identidad y la sensación de control y gestión emocional de las mismas, como lugar de experiencia corpórea. De este modo los rituales de comunicación con fuertes cargas emocionales ayudan a corporeizar identidades digitalmente mediadas.

Es así que la mensajería instantánea está pasando a ser un revulsivo para amortiguar los contrastes existentes entre distintos usos (informales y formales) de la red además de un activo importante para equiparar y fijar correspondencias progresivamente entre las identidades reales y las digitales. Este tipo de procesos permiten a su vez empezar a encauzar, por ejemplo, las preocupaciones que algunos padres, madres y educadores manifiestan sobre la adicción de los adolescentes al *Messenger* (Cueto, 2005).

GOBIERNO DE LA IDENTIDAD DIGITAL

La mensajería instantánea es hoy en día un activo importante para las campañas publicitarias personalizadas en la medida que aporta información sobre la disponibilidad del usuario, sus contactos y mundo relacional en la red (Kiektik, 2004). Esta posibilidad está igualmente recogida en la configuración del programa, como apreciamos en el siguiente cuadro de diálogo extraído de las opciones generales del programa. En la parte inferior de la imagen 5 aparece el siguiente texto “Únase a nuestro Programa para la mejora de la experiencia del cliente y contribuya a mejorar la calidad, fiabilidad y rendimiento del software y los servicios de Microsoft”. Este reclamo construye y presupone que “en calidad” de usuarios tenemos una cierta responsabilidad y compromiso con la mejora del programa (y, por desplazamiento metonímico, de nuestra empresa, de nuestra comunicación, etc.). Esta construcción discursiva antecede la opción de “Permitir que Microsoft recopile información anónima sobre cómo utilizo MSN Messenger”.

Imagen 5: Sección de Calidad en Opciones Generales, MSN Messenger, 6.2



Las administraciones de la mensajería instantánea, como la administración belga para la implantación del DNI virtual, en el documento tradicional, el DNI virtual incluye el certificado de autenticación y la firma electrónica del titular, permitiendo a los ciudadanos “identificarse con seguridad ante la administración para realizar servicios a través de Internet, como pedir una placa de matrícula del coche, declarar un accidente de trabajo o preparar su certificado de residencia. También puede [el ciudadano] comprobar a tiempo real quién, cuándo y para qué accede a sus datos cualquiera de las administraciones (federal, regional o municipal)” (Reventós, 2005: 5). Más relevante si cabe para nuestra línea de argumentación, es el acuerdo adicional que el gobierno belga ha establecido con Microsoft, “que permitirá que los jóvenes se identifiquen en el *Messenger* de MSN con este documento digital” con el propósito de hacer más segura la navegación infantil (Reventós, 2005: 5).

No es de extrañar pues, que la mensajería instantánea se haya convertido en una herramienta de comunicación personal y de trabajo imprescindible para muchas personas (especialmente jóvenes y adolescentes) (Jiménez y Vela, 2004), educadas en el autocontrol, la autorregulación, en el saber compaginar los tiempos de trabajo y los tiempos de ocio. Más aún si la potestad de la regulación y el control digital es compartida por la administración y las multinacionales, con el propósito de velar por el desarrollo e institucionalización de identidades digitales fiables y observables en red.

Paradójicamente, una de las características más destacadas de esta sociedad red son procesos de galopante individualización (personalización de uso de productos y servicios TIC) y retorno a nociones de ocio en familia, y de gestión racionalizada y finalista del yo virtual, aunque con efectos y resonancias en la identidad “verdadera”. En el mismo escenario cabría igualmente situar el creciente interés de distintos agentes sociales e instituciones por profundizar en el estudio de nociones cambiantes de juventud y sus relaciones con las TIC, así como sus implicaciones para dinámicas emergentes de socialización en los nuevos órdenes comunicativos y laborales de la sociedad de la información.

Hasta el momento hemos visto cómo la mensajería instantánea incita comunicaciones personales, reforzando la dimensión individual de un yo amplificado en sus posibilidades de control y reflexión. Como apuntábamos previamente, la configuración del *Messenger* amplifica la gestión del mundo interpersonal. También lleva adscrita la participación en el mundo laboral, la clase social y, en definitiva, estratificaciones sociales emergentes.

ESTRATIFICACIONES TECNOSOCIALES EMERGENTES: TIPOS IDEALES

La voz de los jóvenes de mayor edad, y su perspectiva desde la procedencia social y desde la visión que procura la incursión o cercanía con el mercado laboral, nos permite entender adecuadamente las explicaciones, expectativas y referentes de los más jóvenes en relación con las tecnologías de la información y la comunicación. En concreto veremos el modo en el que nuevos procesos de estratificación social están teniendo lugar a través de estos espacios de comunicación. Las variables clase social y el trabajo desempeñado por los jóvenes o sus padres, lejos de desvanecerse, toman una nueva centralidad y significado al amparo de las nuevas relaciones y tecnologías (o falta de las mismas). Así quedó patente en la tipología resultante del análisis de las declaraciones, vivencias y tipos de uso de las TIC por parte de los jóvenes estudiados. Esta tipología incluye los siguientes tipos ideales de usuario: los de *banda ancha* (o integrados), los de *banda estrecha*, los *ajenos* (inmigrantes o trabajadores no cualificados), los *freaks* y los *resistentes voluntarios*. Pasamos a ver las características principales de cada uno de estos tipos.

Hablamos de *banda ancha* para referirnos a las posturas que asumen la necesidad de integrar el uso y la lógica de las nuevas tecnologías en el trabajo, en el ocio y en las relaciones sociales, para no perder oportunidades ni quedarse fuera de una sociedad que, según este perfil de usuario, cada vez ofrece menos contextos de socialización e interacción (*no es tan fácil conocer a gente en los bares, ni bajar al parque a relacionarse... pero podemos hacerlo a través del Messenger desde nuestras casas*). Este tipo ideal, que en parte responde a las posturas integradas (generación red o pantalleros) referidas al comienzo del capítulo, explotan al máximo y viven en un continuo proceso de aprendizaje e incorporación de las TIC, abogando por un uso

discriminado de las mismas (*no puedes pretender que la comunicación en el Messenger sea lo mismo que una conversación cara a cara*). Vivir de cara a lo tecnológico para estas posturas no supone renunciar a otros tipos de comunicación o relaciones sociales, sino integrar las “oportunidades” y recursos tecnológicos en sus vidas, ocios y trabajos. Las variables que más discriminan en este grupo son disponer de una situación laboral estable, con trabajos cualificados y de clases medias y medias altas.

Con el término de *banda estrecha* nos referimos a posturas más críticas con las bondades de las nuevas tecnologías, más preocupadas por restringir su aplicación y su rutinización, y centradas en la idea de “saber utilizar” las TIC como sinónimo de restringir su uso a las imperiosas necesidades que implica la inmersión en el mercado laboral, pero procurando que el mismo no sustituya procesos de relación y comunicación menos mediados tecnológicamente. Podríamos decir pues que este segundo grupo en lugar de “integrar” las TIC en su vida, las “utilizan” en función de sus necesidades puntuales, laborales o personales. Reclaman asimismo una postura más crítica con el uso de estas tecnologías. Este tipo ideal de jóvenes se declara consciente de vivir inmersos en un momento cultural y social que prioriza la rapidez versus el buen hacer, la cantidad versus la autenticidad, en definitiva, contemplan las “utilidades” de las TIC aunque son conscientes de su uso en un contexto competitivo y en respuesta a unos valores económicos (neoliberales) en auge. Las variables que más discriminan en este segundo tipo ideal son disponer de una situación laboral precaria o con padres con trabajos no cualificados y de procedencia de clases medias bajas o clase media ascendente.

Evidentemente, estas dos categorías plantean determinadas divergencias internas, de igual forma que proyectan y contrastan la existencia de otros tipos ideales que representan los límites de la frontera que determina las nuevas inclusiones/exclusiones sociales en torno a la tríada jóvenes-TIC-trabajo. No cabe detenerse aquí en una explicación detallada de estos “otros” tipos aunque sí dibujar algunos de sus rasgos principales.

Los *ajenos* sería la categoría que emerge entre la población de adolescentes y jóvenes en su uso y consumo de las TIC. En los discursos analizados surgen como uno de los principales nichos de mercado (*target*) en la medida que prevalece en sus explicaciones conexiones entre posesión de telefonía móvil o celulares de últimas generaciones e “inserción-ascensión social” en el contexto de acogida y de “distinción social” entre el grupo de referencia (en su mayoría otros inmigrantes). Este tipo de asociaciones discursiva revierte en un gran interés del mercado en este sector poblacional de jóvenes cuyas relaciones quedan fijadas principalmente a la telefonía móvil de última generación.

Los “*curritos*” (o parias) se refiere más a las personas (“autóctonas”) excluidas de las TIC en tanto que no las necesitan para su trabajo (tampoco lo necesitan sus padres, ni amigos del barrio...) ni para sus interacciones sociales (están al otro lado de la brecha digital, pero no parecen vivirlo como un problema).

Aunque no fue analizado en el informe, estas dos categorías están asimétricamente relacionadas en la medida que lo habitual para las declaraciones y situaciones que constituyen el tipo ideal “inmigrante” sufra igualmente de la estratificación social de los “curritos” atendiendo a la mayoría de los trabajos no cualificados que desempeñan el

sector poblacional de inmigrantes (en su mayoría latinoamericanos). Estas relaciones asimétricas serían una temática de gran interés para indagar en la participación de las TIC (sus publicidades y nichos de mercado) en brechas digitales al igual que racismos sociales y de mercado.

Los *freaks* es el nombre con el que se conoce popularmente a aquellas personas que desarrollan su vida social básicamente a través de las TIC, rompiendo con ello toda diferenciación entre “lo real” y “lo virtual”, y obviando el principio de “integración” pero no “sustitución”. En este grupo se incluyen declaraciones de personas con carencias o dificultades relativas a las habilidades sociales necesarias para relacionarse en el plano del “cara a cara”, o impedidas por algún motivo o circunstancia, como la población que “necesita” verdaderamente la mediación de las TIC en sus procesos de socialización, y que representa los mayores beneficios del “invento” Internet.

Por último, el tipo ideal que hemos denominado *resistentes voluntarios* estaría compuesto por personas que se excluyen voluntariamente de la rueda de integración tecnológica, rechazando el uso y naturalización de la misma como respuesta a lo que entienden que es un proceso de despersonalización y amplificación de la dependencia (más que del yo).

En todos los casos se acepta que la tecnología propicia brechas sociales de nuevo cuño, que procuran nuevas situaciones de diferenciación en torno a lo que podemos interpretar como analfabetismo funcional: si no te desenvuelves adecuadamente con las TIC, no estarás integrado en los actuales procesos de socialización, integración, movilidad social. Brechas que no sólo tendrán que ver con el capital tecnológico, pues resulta igualmente relevante el capital cultural que propicie los conocimientos, la predisposición y el interés frente a nuevos procesos de desarrollo, comunicación e información. Por ello es tan importante la educación en general, no sólo la alfabetización digital, y por ello las brechas se acrecientan ante situaciones de desequilibrios formativos y curriculares.

Más allá de esta aceptación de lo que se asume como el nuevo escenario de las interacciones sociales, desde las posturas más críticas se desarrollan, en el marco que propicia la tríada ocio-trabajo-TIC, los argumentos que definen la otra cara de la moneda respecto a las ventajas de la tecnología: la velocidad, flexibilidad, movilidad e interconexión deviene en ligereza, insustancialidad y flexibilización de las dependencias. Es lo que hemos denominado como “vida en precario” (atendiendo al símil con el “trabajo precario”), por representar el lado menos amable de la mediación de las TIC en nuestra vida cotidiana: de igual forma que nos permiten acceder de forma rápida a nueva información, nos permiten optar a numerosas ofertas de trabajo, amplificar nuestra voz y nuestra proyección (personal, laboral), y mantenernos constantemente interconectados, propician que esa misma voz se diluya entre el ruido de miles de voces ligeras e intrascendentes, extienden nuestra dependencia hasta el terreno de lo personal, y nos mantienen *colgados* de determinados canales (el móvil, Internet) a la espera de eternas posibilidades, inciertas opciones, promesas.

En función de esta visión de la tecnología como síntoma implícito de procesos de calado estructural, el mercado adquiere una importancia de primer orden. Por un lado, porque en su interacción con los individuos determina el camino de lo que se entenderá como “progreso”, determinando lo que serán las nuevas “necesidades”. Por otro lado,

porque desde él se observan con detenimiento los últimos informes de la sociedad de la información, en busca no sólo de aplicaciones y tecnologías estrellas, sino también de grupos de usuarios de referencia: a través del estudio de sus hábitos de uso, ellos mismos serán los que marquen las directrices para salir del estancamiento o seguir fomentando la sociedad de la información. En este punto, cabe preguntarse si queremos adoptar una visión desde tal mercado o desde los usuarios en los que se fija ese mercado; quienes, a su vez, observan el mercado y a la sociedad que lo posibilita.

REFLEXIONES, IMPLICACIONES E INTERROGANTES

El marketing en torno a la cultura digital es cada vez más consciente del carácter relacional, y tecnológicamente mediado, de la subjetividad. Esta toma de conciencia está siendo articulada en los planos psicológico, físico y emocional. La mayoría de las simbiosis humano-máquina gestadas en los inicios de la sociedad industrial establecería una distancia segura, aunque ambigua, entre nuestros cuerpos y las máquinas. Sin embargo, en los tiempos que corren los límites entre la tecnología y la subjetividad están cada vez más desdibujados, más aún si consideramos la creciente demanda de producción y proliferación de tecnologías de la información y su progresiva incorporación social y corporal (Barglow, 1994).

En semejante contexto, abstraer y naturalizar la relación entre los más jóvenes y las tecnologías, obviando factores culturales y económicos, supone delegar en la gran multinacional y sus lógicas de mercado las responsabilidades de los padres, los educadores, la comunidad, en fin, la de todos aquellos colectivos e instituciones públicas supuestamente al frente de la empresa educativa. Dar cuenta de las relaciones entre los/las jóvenes y las nuevas tecnologías en la actualidad supone, inevitablemente, reconocer una serie de asimetrías y correspondencias, además de una diversidad de posiciones que distan de ser homogéneas y naturales.

Esta perspectiva también permite comprender porqué el mercado de interactividad digital “concibe” el binomio <<jóvenes-tecnologías de la información>> como relación indispensable para el desarrollo de la sociedad de la información y, por ende, para el diseño, desarrollo y fomento de nuevos nichos de consumo (véase el móvil y el uso de los mensajes de texto y multimedia por parte de los jóvenes). A cambio ofrece a los gobiernos, los padres y la escuela aminorar los riesgos de la sociedad interactiva por medio de herramientas de comunicación más personalizadas, más individualizadas y controlables en pos del cuidado y gobierno virtual de los más jóvenes.

En vez de suprimir la variedad de contactos, modalidades de comunicación e incluso identidades digitales, el *Messenger* las integra y ordena en una única plataforma técnica con importantes conexiones y posibilidades para el mundo “intimo-emocional”, laboral, de mercado e incluso para la administración. De esta forma el *Messenger* aparece como un activo capaz de estimular el crecimiento de la sociedad de la información y del conocimiento de manera más homogénea y compatible con las lógicas neoliberales en expansión.

Las tendencias más destacadas de esta sociedad red son la personalización de uso de productos y servicios TIC y el retorno a nociones de ocio en familia, y de gestión racionalizada y finalista del yo virtual, aunque con efectos y resonancias en la identidad “verdadera”. Las identidades virtuales corporeizadas y sus gobiernos altamente conectados y ordenados suscitan nuevos interrogantes: ¿qué tipo de correspondencias

cabría establecer entre las representaciones actuales de infancia/juventud, las tecnologías digitales y los discursos sobre la emoción – inteligencia, capital, *coaching* emocional-? ¿y entre estos últimos y las estrategias de gobierno individual y colectivo de la Nueva Economía?

BIBLIOGRAFÍA

AIMC (ASOCIACION PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN) (2005). *Estudio General de Medios*, abril/mayo, 2005. Madrid: AIMC.

ÁLVAREZ-URÍA, F. (1998). “Retórica neoliberal”, en F. Álvarez-Uría, A. G. Santesmases, J. Muguerza, J. Pastor, G. Rendueles y J. Varela (compiladores) *Neoliberalismo vs Democracia*. Madrid: La Piqueta.

BARGLOW, R. (1994). *The crisis of the self in the age of information*. Nueva York: Routledge.

BUCKINGHAM, D. (2000). *After the death of childhood*. Cambridge: Polity Press.

CUETO, J. (2005). “Nos vemos en el Messenger”. *El País Semanal*, 6 de febrero, pág. 10.

DOMÍNGUEZ, M. (2005). “Técnicas de subjetivación e interacción virtual en tiempo real. ¿Tienen algo en común Michel Foucault y los chats?”, en *Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad*, 1-14 de noviembre de 2004 (formato CD-ROM). Madrid: Observatorio para la Cibersociedad.

FUNDACIÓN IDATE (2005). *Digiworld2005. Los retos del mundo digital*. Madrid: Edición española elaborada por ENTER, Andrés Font (dir).

GARCÍA ARNAU, A., PARRA CONTRERAS, P, MEGÍAS QUIRÓS, I. Y GORDO LÓPEZ, A.J. (2006). “Sociedad móvil, cultura messenger: mitos e intereses en torno a los jóvenes y la tecnología”, ponencia en el Grupo de Trabajo: Impacto de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de los jóvenes, Eje temático B. Identidad y grupos sociales, III CONGRESO ONLINE, OBSERVATORIO DE LA CIBERSOCIEDAD, *Conocimiento Abierto, Sociedad Libre* (20-11-2006 al 3-12-2006) <http://www.cibersocietat.net/congres2006/gts/gt.php?id=55>

GORDO LÓPEZ, A.J. y MEGÍAS QUIRÓS, I. (2006). *Cultura Messenger: Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva*. Madrid: FAD/INJUVE, 2006. Versión digital disponible en www.fad.es y www.injuve.mtas.es

GORDO LÓPEZ, A.J. y BURMAN, E. (2004). “Emotional capital and information technologies in the changing rhetorics around children and childhoods”, *New Directions for Child and Adolescence Development*, 105: 63-80.

HUHTAMO, E. (1999). "De la cibernación a la interacción: aportación a una arqueología de la interactividad", en C. Giannetti (ed.) Marcel-lí Antúnez Roca. *Epifanía*. Madrid: Fundación Telefónica.

JIMÉNEZ, J. J. y VELA, C. (2005). "La transformación de la experiencia virtual a través de la mensajería instantánea", en *Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad*, 1-14 de noviembre de 2004 (formato CD-ROM). Madrid: Observatorio para la Cibersociedad.

KIEKTIK, M.L. (2005). "Una perspectiva nética de los sistemas de mensajería instantánea", en *Actas electrónicas del 2º Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad*, 1-14 de noviembre de 2004 (formato CD-ROM). Madrid: Observatorio para la Cibersociedad.

MORA, B. (2004). "Rituales de simulación y sociabilidad virtual. Una aproximación a los procesos de construcción de emociones en la Red", <http://usuarios.lycos.es/politicaset/articulos/rituales.htm>

PARRA CONTRERAS, P. GARCÍA ARNAU, A. MEGÍAS QUIRÓS, I y GORDO LÓPEZ, A.J. (2006). "Mitos e intereses en torno a los jóvenes y la tecnología: cultura messenger", *Docencia*, 30: 32-45.

RENDUELES, G. (2004). *Egolatría*. Oviedo: KRK, Fundación Benito Feijoo.

REVENTÓS, L. (2005). "Los belgas con DNI virtual saben cuándo y para qué usa el administrador sus datos", *Ciberp@aís*, 10 de febrero.

SHARMAN, D. (2004). "Cultural pathways through the information age," *New Directions for child and adolescent development*, 105: 3-24.

TAPSCOTT, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation*. Nueva York: McGraw Hill.

VARELA, J. (2006). "El descubrimiento del 'mundo interior'. Sexualidad, arte e identidad en la Viena de fin de siglo", en *Claves*.